

09 | 2020

dv insider 62

Deutscher
Ladenbau Verband



inside
retail

Im Store-Check:

Buchläden

Geballte Kompetenz –
stationär und online

Update:
Hygieneschutz

Schwierige Zeiten
für den Ladenbau

Hybridkonzepte für Apotheken – Sinn oder Wahnsinn?

Moderne Hybridkonzepte in Apotheken werden zwar gerne gepriesen und sind im Hinblick auf unsere „normale“ Apothekenkultur auch recht spektakulär, aber ergibt das einen Sinn? Prof. Rudolf Schrickler, Designer und Dozent für Innenarchitektur an der Hochschule Coburg, ist ein Verfechter dieses neuen Konzepts. In Ausgabe 60 des Insiders erläutert er: „Womöglich sollten sich Apotheker im 21. Jahrhundert des Drugstore-Images entledigen und die Theke in ihrer Apotheke nicht länger als Barriere zwischen Händler und Kunden begreifen, vielmehr Inklusions-Design mit helfender und beratender Funktion in den Vordergrund stellen. (...) Einige bieten schon Verweilzonen an, individuelle Beratungsinselfen mit entsprechender Diskretion...“



Klaus Bürger,
Inhaber von
Klaus Bürger
Architektur

Zugegeben, Apotheken sind mit ihrem Warenangebot ungefähr so sexy wie Fußpilz. Aber das ist genau ihr Kerngeschäft. In der Regel geht man nicht in eine Apotheke, weil es Spaß macht oder man ein wenig stöbern und bummeln möchte, sondern weil man ein Problem hat. Dieses mit eher unerfreulichen Körpererfahrungen behaftete Einkaufserlebnis mit Zusatzfunktionen wie einer Teelounge aufzuhübschen ist, von der Hilflosigkeit dieses Vorstoßes mal abgesehen, laut Apothekenbetriebsordnung nicht erlaubt.

Die Deutsche Apothekenbetriebsordnung erlaubt keine Teelounge

Der Gesetzgeber legt den Fokus der Apotheken auf die Entwicklung, Prüfung, Abgabe und Information rund um alle Mittel, die der Gesundheit von Menschen und Tieren unmittelbar dienen oder diese fördern. Dies soll nicht verwässert werden.

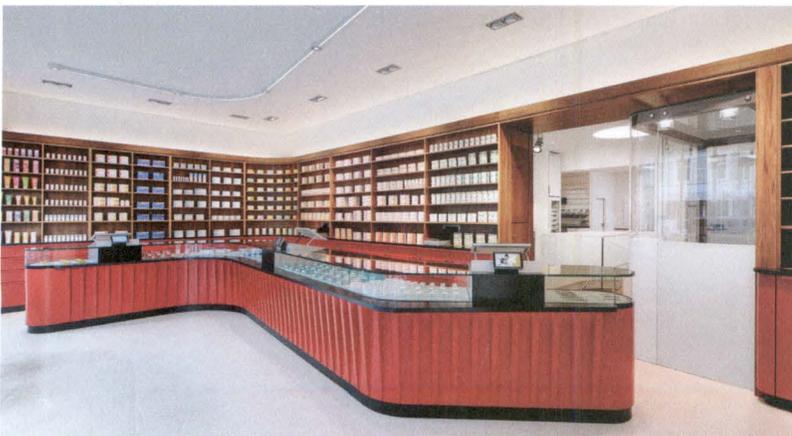
Die Corona-Krise hat gezeigt, wie gut diese dezentral organisierten Einzelbetriebe z.B. Handdesinfektionsmittel in Eigenproduktion herstellen konnten, als es knapp wurde. Apotheken gehören wie Drogerien und Supermärkte zum täglichen Bedarf. Und Hand aufs Herz: Wer hat denn in einem der genannten Geschäfte schon einmal das Bedürfnis verspürt, sich in einer lauschigen Ecke niederzulassen und zu chillen? Täglicher Bedarf, das ist nach der Arbeit noch mal eben reinspringen und Ketchup einkaufen. Nichts ist nervtötender als auf der Suche nach selbigem durch endlose Regalreihen zu irren um dann vor einer Wand mit gefühlt einer Million unterschiedlichster Sorten zu stehen und dann den Laden überfordert und mit leeren Händen zu verlassen. Praktisch muss es sein. Eine Apotheke ist kein Selbstbedienungsladen. Hier vereinen sich praktische Notwendigkeiten und emotionale Inhalte.

Der Ladentisch der Aesculap-Apotheke in Neumünster wirkt durch die Einzelelemente nicht wie eine Barriere. Durch den Schwung wird der Kunde in den Raum geleitet.

Doch nicht jeder, der in diesem Fach zuhause ist, ist dieser Ansicht. Klaus Bürger, Architekt und Freund eines klassischen Apothekenkonzeptes, schildert seine Perspektive:



Dieses Apothekendesign wurde von den 50er Jahren inspiriert. Die Theke der Germania-Apotheke in Aachen faltet sich im Stil eines Nierentisches in den Raum.



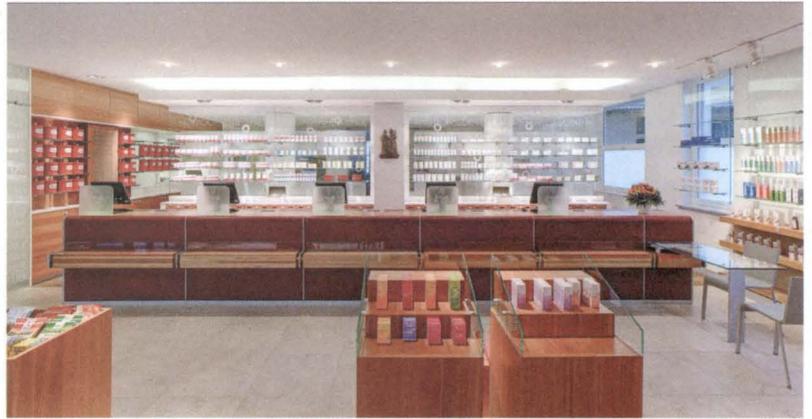
Menschlich ja, chillig nein

Eine lebensbejahende, ermutigende Freundlichkeit voller kraftspendender Ruhe – hiervon sollten nicht nur Apotheken bis in jeden Teilaspekt durchdrungen sein, sondern alle Gesundheitseinrichtungen. Vertrauen schaffen, ein Lächeln und Aufmerksamkeit schenken. Für die einsame Rentnerin ebenso wie für den von Akne geplagten Teenager. Das geht nur im direkten Kontakt von Mensch zu Mensch. Medikamente verkaufen kann das Internet auch. Die inhabergeführte Standortapotheke kann und soll mit ihrer physischen Präsenz die emotionalen Inhalte ihrer Kunden auffangen. Ob der Kundenkontakt nun an einem langen Tresen oder einzelnen Beratungstischen stattfindet, hängt vom Apotheker und dessen Team ab.

Die lange Theke ist *die* Lösung für viele Vorgaben der Apothekenbetriebsordnung

Zum Beispiel darf laut Verordnung die Sichtwahl für den Kunden nicht zugänglich sein. Daher wird es schwierig, wenn man diverse Beratungsplätze ähnlich einer Parfümerie überall im Raum verteilt. Touchscreens mit einer virtuellen Sichtwahl schaffen in diesen Fällen zwar Abhilfe, lassen den Kunden aber alleine.

Noch problematischer wird es, wenn Medikamente aus dem Generalalphabet an einen freien Platz im Raum gelangen sollen. Auch hier fordert die Apothekenbetriebsordnung Diskretionsabstände, wozu auch ein entsprechendes Warteschlangenmanagement gehört. Gerade für ältere Menschen sind Ordnung, Übersichtlichkeit und ein klar definierter Anlaufpunkt wichtig. Der Apotheker ist mehr als ein Verkäufer. Seine Kompetenz als hochspezialisierter Pharmazeut ist in einer respekt- und vertrauensvollen Umgebung am besten aufgehoben – dorthin traut man sich auch mit Fußpilz.



Die Barlach-Apotheke in Boll setzt auf eine Mischung zwischen Holz und Glas. Durch die gläserne Rückwand kann der Kunde einen Blick hinter die Kulissen erhaschen.

Kährs®

DESIGN UND PERFORMANCE
VEREINT IN EINEM BODENBELAG

**LUXURY TILES
DRY BACK**

Individuelle Lösungen mit
Fischgrat für Ihr Ladenbauprojekt.

www.kahrsflooring.com

Dekor: Kompi